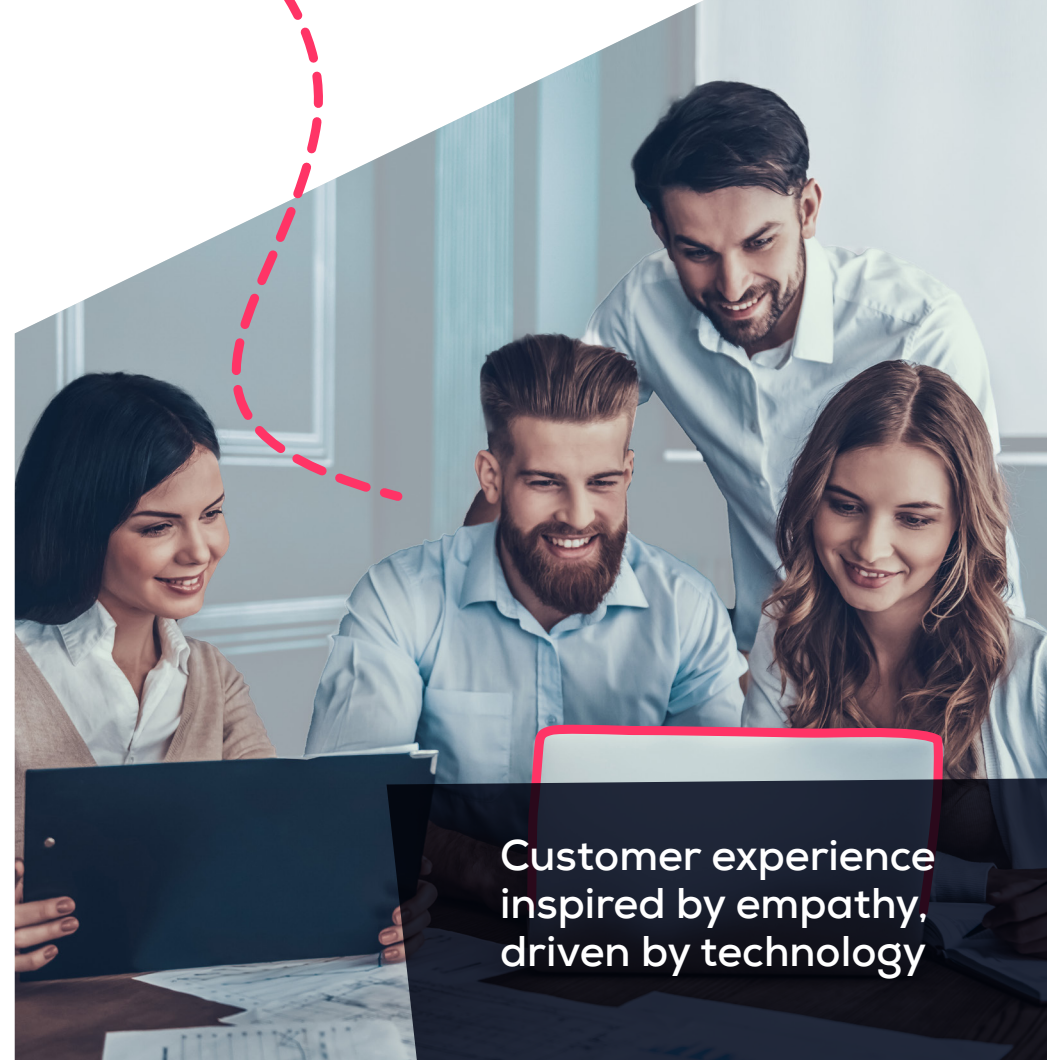




EBook n° 3 :

Six façons d'améliorer l'expérience client en utilisant l'IA dans votre centre de contacts



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology



Le point de vue d'Odigo

Relation client : comment l'IA donne du sens aux données

Déployée dans le service client, l'intelligence artificielle (IA) est particulièrement prometteuse. Deux utilisations qui suscitent un intérêt particulier, le self-service et la décision augmentée, impliquent de transformer des données brutes en données exploitables, soit le contexte du client. Bien que de nombreuses données soient disponibles à cet effet, elles ne sont que rarement exploitées, alors que leurs applications sont nombreuses.

Tout est une question de contexte

Le contexte de toute requête d'un client est la somme de toutes les interactions précédentes avec une entreprise, quel que soit le canal, et de ses données personnelles. Ces données clients vont de l'historique des achats, son adresse de livraison, jusqu'à sa date d'anniversaire. Ensemble, elles peuvent former une image détaillée et à la mesure du client, de ses besoins et de ses intentions actuelles. C'est ce contexte qui permet aux conseillers de fournir une assistance améliorée, par exemple, en suggérant grâce à l'IA les meilleures actions à entreprendre. 89 % des répondants à l'enquête de Davies Hickman et Odigo* s'attendent à ce que l'IA améliore le routage en reconnaissant mieux les demandes des clients et en les mettant en relation avec le bon conseiller. On peut ainsi

considérer que le contexte joue un rôle majeur dans ces deux applications, mais dans un océan de données disponibles, il est nécessaire d'identifier ce qui est utile et pertinent.

Davantage de données pour une meilleure compréhension du client

Selon MongoDB, la plateforme de données américaine, 80 à 90 % des données générées et collectées par les entreprises ne sont pas structurées. En effet, ces données ne sont pas organisées selon un modèle prédéfini, ce qui rend leur stockage et leur analyse encore plus difficiles. Les progrès de l'IA permettent d'exploiter ces informations. Par exemple, l'IA est capable de détecter les intentions dans les messages, les e-mails et les pièces jointes.

L'une des conséquences de cette tendance est que 82 % des personnes interrogées estiment que l'IA aidera à mieux comprendre les clients, comme leur âge et leur vulnérabilité. Ces informations ne sont pas toujours recueillies dans les conversations, mais dans les textes, qui sont souvent la clé d'autres applications de l'IA.

Vers une supervision augmentée

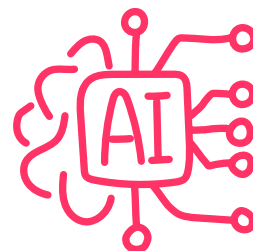
L'IA n'est pas seulement utile aux solutions de self-service ou à aider les conseillers. En effet, l'IA peut aussi être utilisée par les superviseurs pour analyser des conversations préalablement enregistrées et retranscrites, grâce aux applications de conversion de la parole en texte (speech-to-text en anglais). Cela profite non seulement à la formation, mais aussi à la qualité et à l'enregistrement. Les compagnies d'assurance**, par exemple, doivent s'assurer que les « communications de prospection commerciale peuvent être écoutées, copiées et exportées sans que leur enregistrement original soit modifié ou effacé ». De même, dans le secteur bancaire (MiFID2), il sera plus facile de prouver la conformité en effectuant des recherches dans des conversations retranscrites.

L'IA est également en mesure de superviser, c'est-à-dire de surveiller les messages et les conversations pour détecter des signes de mécontentement des clients grâce à l'analyse des émotions. À chaque étape de la relation client, l'IA peut améliorer la compréhension et informer sur le contexte. Son importance est telle, que certaines entreprises, comme dans le secteur bancaire, cherchent à élargir les possibilités offertes par l'IA à tous les employés de l'entreprise, qu'ils soient ou non des conseillers de centres de contacts.

Jean-Denis Garo,
Head of Product Marketing,
Odigo

* Étude de marché indépendante réalisée par Davies Hickman pour Odigo, menée auprès de 1035 dirigeants d'entreprises européennes en juin 2022 en Belgique et aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni.

** Décret n° 2022-34 du 17 janvier 2022 relatif au démarchage téléphonique en assurance

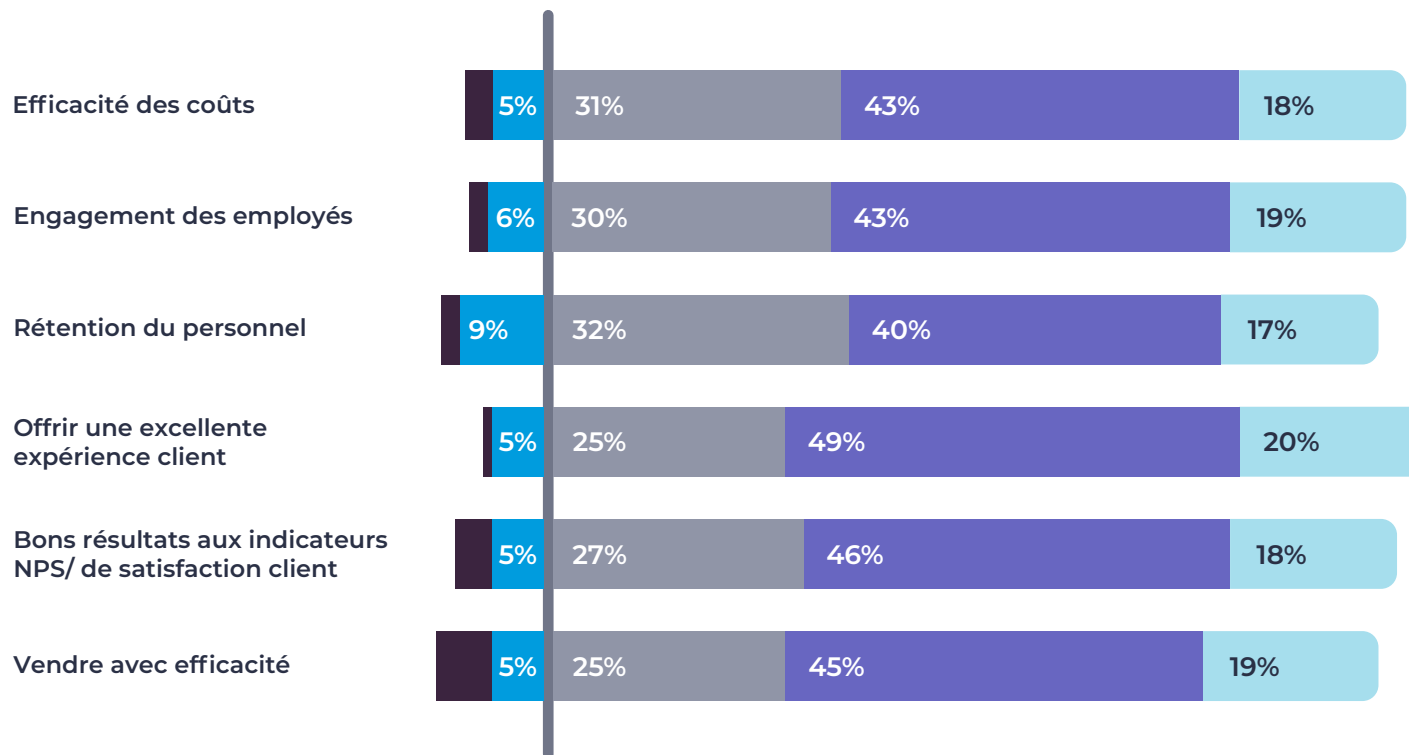


En 2022, la plupart des dirigeants d'entreprises européennes déclarent que leurs centres de contacts peuvent s'améliorer

4 dirigeants sur 5 déclarent que les performances de leurs centres de contacts peuvent être améliorées dans 6 domaines : efficacité des coûts, engagement des employés, rétention du personnel, offrir une excellente expérience client, obtenir de bons résultats aux indicateurs NPS/ de satisfaction client et vendre avec efficacité. Les objectifs du centre de contacts et de l'expérience client peuvent être atteints lorsque les six domaines sont pris en compte.



En ce qui concerne les opérations du centre de contacts de votre organisation, comment évaluez-vous ses performances en matière de ... ?

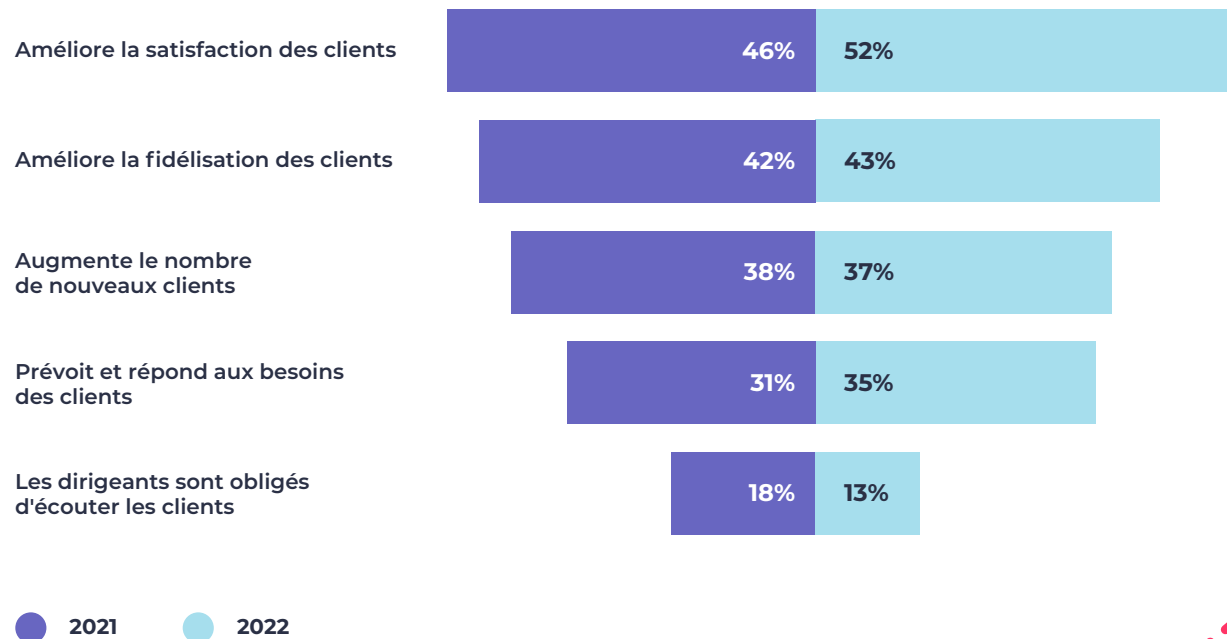


Il y a 6 façons d'améliorer les centres de contacts en utilisant l'IA

1. Identifier les domaines à améliorer

Lorsqu'elles investissent dans l'IA afin d'améliorer l'expérience client, les entreprises accordent une grande importance à l'amélioration de leurs indicateurs de satisfaction client et de leurs revenus.

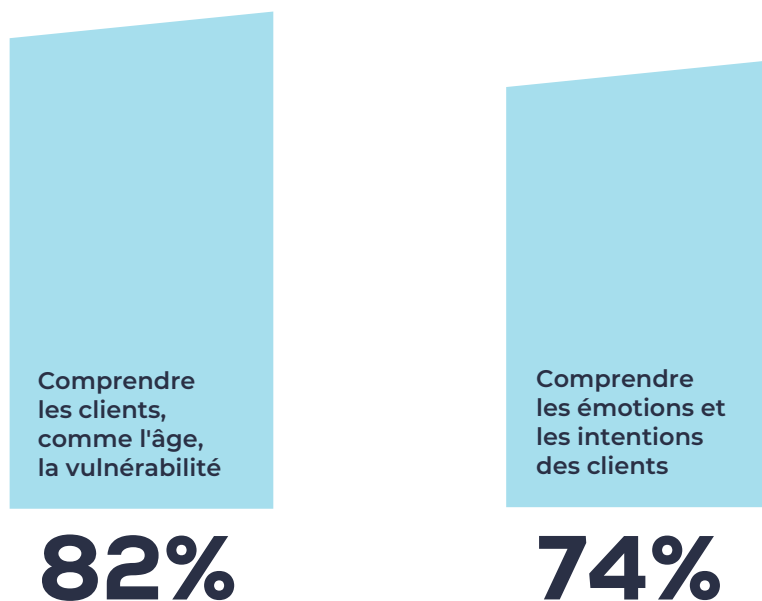
Selon vous, quelle serait/est la/les valeur(s) commerciale(s) la/les plus importante(s), pour votre organisation, lorsque vous investissez dans l'IA pour améliorer l'expérience client ? Investir dans l'IA...





2. Utiliser l'IA pour enrichir le contexte du client

Les dirigeants d'entreprises européennes veulent mieux connaître leurs clients afin de leur proposer des expériences de plus en plus personnalisées. Ils fondent beaucoup d'espoir sur deux applications particulières qui peuvent favoriser une connexion empathique :



Selon vous, dans quelle mesure les technologies d'IA peuvent-elles aider votre organisation à atteindre les objectifs suivants en matière d'expérience client ?

Réponse : Dans une large mesure et dans une certaine mesure.





3. Déployer l'IA pour réduire les efforts des clients

Les efforts des clients jouent un rôle important dans la fidélisation et les dirigeants d'entreprises européennes souhaitent faciliter les interactions avec ces derniers. La grande majorité des dirigeants s'accordent à dire que l'IA sera utile dans deux domaines :

Reconnaître, faire correspondre et diriger les demandes et les questions des clients vers la bonne personne

89%

Vérifier et identifier les clients qui contactent les entreprises

88%

Selon vous, dans quelle mesure les technologies d'IA peuvent-elles aider votre organisation à atteindre les objectifs suivants en matière d'expérience client ?
Réponse : Dans une large mesure et dans une certaine mesure.

4. Soutenir le personnel des centres de contacts grâce à l'IA

Recruter et fidéliser les conseillers des centres de contacts est un facteur clé de la réussite d'une entreprise. La mise en place d'un environnement de travail stimulant et engageant non seulement y contribue, mais permet également d'offrir une meilleure expérience client. Selon les dirigeants d'entreprises européennes, l'IA peut être utile de plusieurs manières :



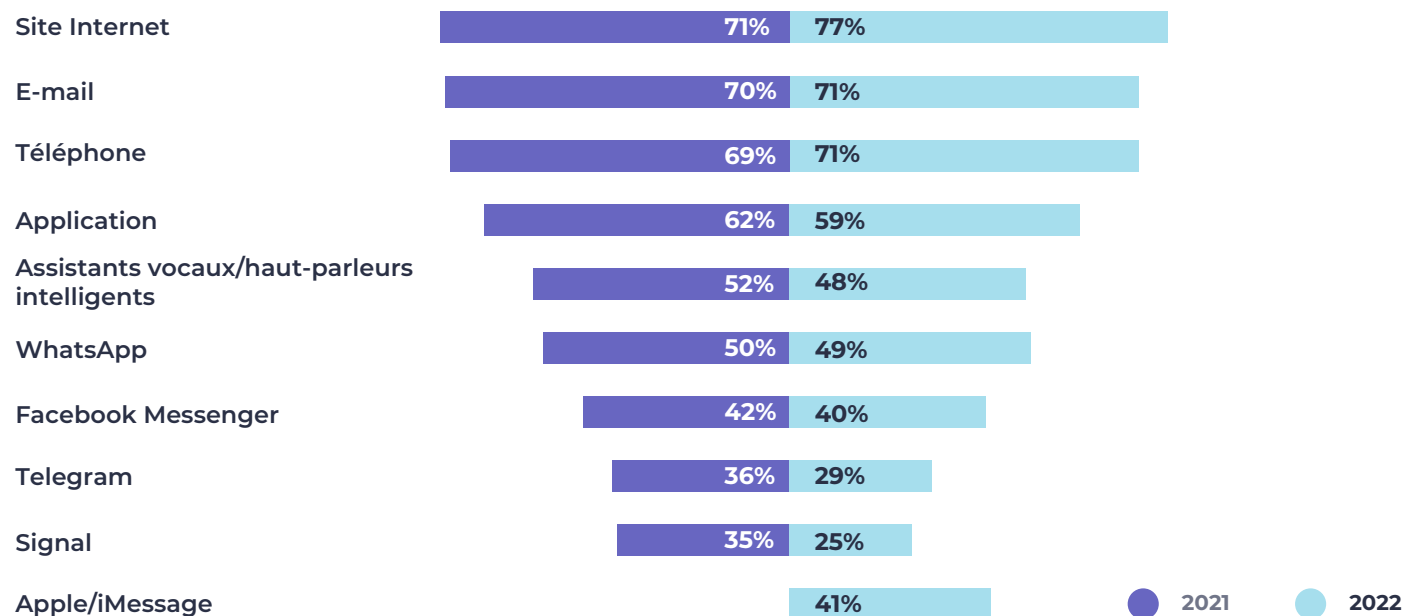
Selon vous, dans quelle mesure les technologies d'IA peuvent-elles aider votre organisation à atteindre les objectifs suivants en matière d'expérience client ?
Réponse : Dans une large mesure et dans une certaine mesure.



5. Améliorer plusieurs canaux avec des bots en self-service

Pour leur service client, les dirigeants d'entreprises européennes souhaitent utiliser des bots sur l'ensemble de leurs canaux. Cela permet d'améliorer l'efficacité et de fournir aux clients des réponses rapides et précises à leurs questions.

Votre organisation utilise-t-elle/veut-elle utiliser des bots (voix ou texte) pour fournir un service client aux endroits suivants ? Réponse Oui

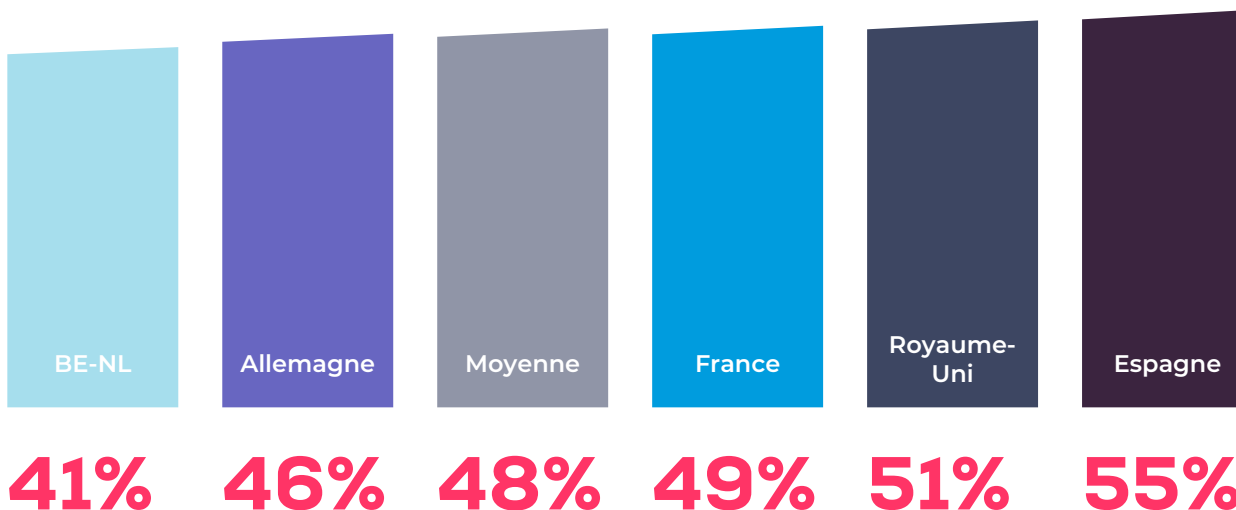




6. Anticiper les besoins des clients grâce à l'IA

Les dirigeants d'entreprises espagnoles (55 %) et britanniques (51 %) sont convaincus que les technologies d'IA facilitent l'analyse des données clients et permettent d'obtenir une intelligence prédictive, des informations sur les clients et de mener des actions proactives.

Selon vous, dans quelle mesure les technologies d'IA peuvent-elles aider votre organisation à atteindre les objectifs suivants en matière d'expérience client ? L'analyse des données clients pour obtenir une intelligence prédictive, des informations sur les clients et des actions proactives. Réponse Dans une large mesure



Un grand potentiel implique de grandes responsabilités.

Cette série d'eBooks a montré qu'un dirigeant d'entreprise sur deux affirme que, comme les humains, l'IA a besoin d'être soutenue.

Les entreprises doivent s'engager dans leurs projets d'IA et s'efforcer d'aider tous les utilisateurs.

L'IA ne doit pas remplacer les conseillers ou une stratégie complète d'expérience client.



Les principaux points à retenir et les prochaines étapes



Point à retenir n°1 :

75 % et plus, voient au moins une certaine marge d'amélioration dans tous les domaines des opérations de leur centre de contacts.

Point à retenir n°2 :

L'investissement dans l'IA est de plus en plus considéré comme une stratégie commerciale positive plutôt que réactive. Seuls 13 %, soit 5 % de moins qu'en 2021, estiment que l'investissement dans l'IA est motivé par le fait que les dirigeants d'entreprises se sentent obligés d'écouter les clients.

Point à retenir n°3 :

Simplifier la vie des clients est un des principaux objectifs de l'utilisation de l'IA. Cela se fait par un service adapté grâce à des connaissances avancées, une vérification simplifiée de l'identité et un service proactif.

Point à retenir n°4 :

Les opinions favorables à l'utilisation de l'IA pour soutenir les conseillers sont nombreuses. Cela renforce l'approche synergique de l'adoption de l'IA.





Les prochaines étapes à suivre pour investir dans des technologies d'IA au service de l'expérience client

Les solutions de Contact Center as a Service (CCaaS) intègrent l'IA et Odigo est l'un des principaux fournisseurs avec plus de 3 milliards d'interactions par an sur plusieurs canaux et plus de 150 000 utilisateurs actifs. Notre solution basée sur l'IA est actuellement utilisée pour soutenir les utilisateurs des centres de contacts du monde entier, dans tous les domaines clés mis en évidence dans cet eBook :

- La compréhension du langage naturel et l'analyse des sentiments permettent de mieux comprendre les clients en vue d'offrir des services personnalisés de haute qualité.
- Un des meilleurs moteurs de routage du marché utilise les détails de qualification pour mettre en relation les clients avec le meilleur conseiller afin d'accélérer la résolution au premier contact.
- Les fonctionnalités basées sur le cloud permettent de soutenir les conseillers où qu'ils se trouvent et de mobiliser les équipes autour de l'encadrement, du développement et d'une norme universelle de service client.
- Les bots omnicanaux permettent un service client basé sur l'IA, 24 heures sur 24, sur plusieurs canaux.

Odigo peut être un partenaire à long terme dans le processus de transformation de votre centre de contacts, avec à la fois la solution et un large éventail de services qui vous permet d'exploiter le plein potentiel de votre entreprise. *Étude de marché indépendante réalisée par Davies Hickman Partners en juin 2022 et avril 2021 :

En 2022, 1 035 cadres d'entreprise européennes ont répondu à une enquête en ligne en Belgique et aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni. En avril 2021, 1 007 dirigeants d'entreprise y avaient répondu

Domaines d'activité : Ventes et marketing, opérations, logistique, informatique, RH, finances, leadership, etc.

Types de postes : C-level, directeur et manager

**Contactez-nous
en cliquant ici**



À propos d'Odigo

Odigo est un éditeur de solutions de Contact Center as a Service (CCaaS) qui fluidifie les interactions entre les grandes organisations et les individus grâce à une solution de gestion de centre de contacts omnicanale d'envergure mondiale. Grâce à son approche innovante fondée sur l'empathie et la technologie, Odigo permet aux marques de renouer avec les besoins fondamentaux d'humanisation tout en tirant pleinement profit des possibilités du digital. Pionnière sur le marché de l'expérience client, l'entreprise accompagne plus de 250 grandes entreprises dans plus de 100 pays.

Rendez-vous sur :
www.odigo.com/fr

Contactez-nous :
contact.odigo.fr@odigo.com



Odigo



Odigo



@odigoFr



@odigo_tm

Ce document contient des informations privilégiées ou confidentielles et est la propriété d'Odigo.
Copyright © 2023 Odigo. Tous droits réservés.



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology